AGENZIA WEB MONZA / GUIDA 01

Guida al sito web e-commerce

Funzionalità, tecnologie, comunicazioni e servizio tecnico: cosa acquistare e come progettare un negozio online professionale.

A partire da 2.500 €

Documento informativo e commerciale · Ottobre 2026

Non costituisce un preventivo né un documento contrattuale.

01 Un e-commerce è un sistema di vendita, non un semplice catalogo

Un negozio online presenta prodotti e prezzi, ma dietro ogni acquisto deve coordinare carrello, identificazione del cliente, pagamento, registrazione dell'ordine e comunicazioni successive. Per questo lo progettiamo come un software commerciale accessibile dal web.

L'obiettivo è rendere semplice l'acquisto per il cliente e chiara la gestione per l'impresa. Catalogo, contenuti, gestione ordini e servizi collegati vengono definiti in base al modello di vendita.

Il sito è l'interfaccia visibile. Il valore dell'e-commerce è anche nel sistema operativo che permette di vendere.

02 Il metodo: analisi dell'attività e dei processi

Partiamo dai prodotti, dal pubblico e dalle regole di vendita: B2B, B2C o entrambi? I prodotti hanno taglie, varianti, prezzi differenziati o personalizzazioni? Sono fisici, digitali oppure realizzati su ordinazione?

Analizziamo inoltre il percorso dell'ordine: chi lo riceve, come viene aggiornato, chi gestisce pagamenti, spedizioni, resi ed eventuale fatturazione. Il risultato è un perimetro funzionale condiviso, alla base del preventivo.

03 Un'offerta costruita sulle funzionalità

Un negozio di calzature può aver bisogno soprattutto di catalogo, varianti, promozioni e logistica. La vendita di contenuti digitali può richiedere invece licenze, download protetti e autorizzazioni. I prodotti personalizzati possono necessitare di un configuratore.

Il numero di articoli, da solo, non determina la complessità. Le funzioni effettive e le integrazioni stabiliscono tecnologia, tempi e prezzo.

04 Che cosa può comprendere il progetto

Le funzionalità vengono definite dopo l’analisi. Un e-commerce può includere strumenti essenziali alla vendita e moduli aggiuntivi, progettati per l’organizzazione reale dell’azienda.

- Catalogo e schede prodotto, categorie, varianti, disponibilità e regole di prezzo.
- Carrello, checkout, pagamenti tramite provider specializzati e conferme d’ordine.
- Area clienti con profilo, indirizzi e consultazione dello storico ordini.
- Gestione degli stati dell’ordine, spedizioni, eventuali resi e rimborsi.
- Eventuali integrazioni con magazzino, gestionali, fatturazione e corrieri.
- Per contenuti digitali: download protetti, limiti e autorizzazioni concordate.

Le funzionalità avanzate non sono automaticamente incluse nel prezzo di partenza.

05 Tecnologie scelte in base alla personalizzazione

WooCommerce e altre soluzioni consolidate possono coprire numerosi casi d’uso. Lo sviluppo personalizzato e le architetture applicative più evolute sono valutati quando regole, integrazioni o interfacce specifiche lo richiedono.

Non scegliamo una tecnologia soltanto in base alla dimensione del catalogo: pesano soprattutto flussi, gestione futura, manutenzione e requisiti di sicurezza.

06 Email transazionali e marketing: Brevo previsto

Una vendita produce email operative: conferma d’ordine, comunicazioni sul pagamento, recupero account e aggiornamenti. Newsletter, sconti e automazioni promozionali sono un’altra categoria di comunicazioni e richiedono basi giuridiche e preferenze appropriate.

La configurazione iniziale di Brevo è compresa nell’offerta e-commerce: predisposizione del mittente, verifica dei record SPF/DKIM e valutazione di DMARC, integrazione degli invii transazionali previsti e prove di funzionamento.

La consegna delle email dipende anche da reputazione del dominio, qualità delle liste, frequenza e reclami spam. L’autenticazione non garantisce da sola il recapito in posta in arrivo.

La configurazione iniziale è compresa. Piani Brevo, crediti, SMS e campagne avanzate possono comportare costi separati.

07 Sicurezza delle comunicazioni e degli acquisti

La connessione HTTPS protegge i dati in transito tra browser e sito, ma non sostituisce controllo degli accessi, manutenzione o protezione dei dati archiviati.

Per l’area clienti definiamo autenticazione, ruoli e autorizzazioni. Quando pertinente valutiamo Cloudflare, protezione delle sessioni, download riservati e autenticazione a due fattori. I pagamenti sono normalmente affidati a fornitori specializzati, riducendo il trattamento diretto di dati sensibili di carta.

08 Infrastruttura e proprietà del cliente

Hosting e dominio vengono intestati al cliente. Dimensioniamo infrastruttura, database, backup e prestazioni in relazione alle funzioni e ai volumi previsti. L’agenzia può operare con accessi tecnici autorizzati, senza vincolare la proprietà del negozio alla continuità del rapporto.

Alla consegna concordiamo accessi, informazioni di gestione e possibilità di esportazione dei dati. Licenze e servizi terzi mantengono i rispettivi termini d’uso; i costi ricorrenti sono esposti nel preventivo.

09 Assistenza successiva al rilascio

Sono previsti 60 giorni di supporto gratuito dopo la consegna per chiarimenti sull’utilizzo e assistenza sulle funzioni realizzate, incluse le anomalie imputabili al lavoro consegnato. Nuove integrazioni, modifiche strutturali o funzioni aggiuntive vengono valutate separatamente.

Le modalità operative e gli obblighi applicabili vengono specificati negli accordi di progetto.

10 Prezzo di partenza e preventivo

Il servizio Sito web e-commerce parte da 2.500 €. Il costo effettivo dipende da funzionalità, integrazioni, personalizzazioni, sicurezza e infrastruttura. Non tutte le caratteristiche illustrate in questa guida rientrano automaticamente nel prezzo iniziale.

Il preventivo distingue attività di sviluppo, eventuali canoni esterni e componenti aggiuntive. L’analisi preliminare serve a costruire una proposta coerente con il negozio che vuoi realizzare.

A partire da 2.500 € · Richiedi un preventivo gratuito e senza impegno.

11 Consegna e collaborazione

Il progetto segue analisi, definizione delle funzioni, progettazione dell’esperienza di acquisto, sviluppo, integrazione dei pagamenti e delle comunicazioni, test e pubblicazione. La tempistica viene definita nel preventivo: non si applica automaticamente il termine di due settimane previsto per alcuni siti aziendali.

Dopo il rilascio puoi gestire il negozio secondo le funzionalità concordate e continuare a farlo evolvere con noi oppure con altri professionisti, nel rispetto delle licenze coinvolte.

12 Come iniziare

Raccontaci cosa vendi, a chi ti rivolgi e cosa deve accadere dal momento dell’acquisto fino alla consegna del prodotto. Non serve conoscere già la piattaforma o gli strumenti tecnici: li valuteremo insieme.

Agenzia Web Monza — www.agenziawebmonza.it

Documento informativo e commerciale. Funzionalità, prezzi finali, servizi di terzi e tempi sono determinati dal preventivo e dagli accordi sottoscritti.